新媒体时代广播电视创优管理探究

摘　要：新媒体时代的到来，极大的冲击了传统广播电视，导致传统的广播电视节目收视率下降，广告收入减少。但新媒体时代在给传统媒体带来巨大挑战的同时，也带来了机遇，为传统媒体提供了新的发展之路。县域广播电视台作为广电体系的重要组成部分，承担着县级区域内的广播电视播出和宣传的重任。面对新媒体下的机遇与挑战，县域广播电视应积极创新管理模式，建立长效监管机制，创新激励措施，激发广播电视从业人员的工作热情，从而推动县域广播电视的创优管理。

关键词：广播电视；创优；管理创新；新媒体；
中图分类号：G229.24　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）10-091-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.10.035

文 / 张秀钟

受信息技术发展的影响，现代人民生活与网络密不可分，在获取信息方面，由过去的依赖广播电视，到今天的通过网站、手机 APP、短信等方式，信息传播日益呈现出多元化、个性化的趋势。县域广播电视承担着重要的社会舆论引导和宣传工作，但受到多元化信息传播方式的影响，导致广播电视传统的宣传方式日益困难。在此形势下，作为权威部门的县域广播电视，应积极推动自身的改革，加强自身的思想、组织、工作等多方面的建设，推动县域广播电视宣传方式的革新，进一步扩大县域广播电视的知名力度，发挥广播电视的舆论引导和宣传作用，引导人民群众正确观念的形成。

1. 新形势下县域广播电视宣传管理工作特点

1.1 信息化的特点

新媒体的一个突出特征便是应用大数据技术，大数据建立在用户数据的基础之上，能够精准的分析用户的兴趣爱好和关注热点，进而向用户推送符合用户阅读或观看习惯的新闻、电视节目等信息。在大数据时代到来以后，为县域广播电视宣传工作提供了新的宣传思路和有力的技术支撑，使县域广播电视宣传工作呈现出信息化的特点。借助大数据技术，首先县域广播电视宣传工作能够拓展信息来源渠道，不再局限于记者采访、爆料人提供，而是能够从网络中、贴吧中、微博、微信等平台中获取有效信息，并对有效信息进行甄别，大大提高了县域广播电视获取信息的能力。其次在获取有效信息后，县域广播电视宣传部门能够对信息进行及时的加工处理，并播报出去，提高了信息的时效性，能够为观众提供更高质量的信息，提升用户黏性，提高了县域广播电视宣传工作加工信息的能力。最后信息化的特点使县域广播电视台能够与新媒体的发展方式相融合，借助新媒体的强大创新能力，推动县域广播电视的改革，提升县域广播电视台的生命力与竞争力。与新媒体的相融合，能够大大拓展县域广播电视宣传工作的覆盖范围，由传统的新闻播报到涵盖人民生活、工作、经济、娱乐等多个方面，以更加符合现代人观看的形式进行播出，增强了县域广播电视宣传工作的信息化水平。

1.2 全局化的特点

传统的县域广播电视宣传管理工作局限于一县或一市，其宣传范围有效，信息共享性较差，因而信息的时效性、有效性较低。新媒体的出现极大的改变了这一现状，借助现代化的信息技术，信息能够实现高效率的传播，且传播方式日益多样化，任何一个个人都是信息传播的主体。在此形势下，县域广播电视宣传工作呈现出全局化的发展特点，即县域广播电视在宣传管理工作上，不再故步自封，而是依托信息化技术平台，积极与其他县域广播电视部门进行信息方面的沟通，构建信息共享平台，大大提高了信息传播的速度，打破了纤细传播过程中的时空限制。此外在与新媒体融合发展的过程中，县域广播电视宣传工作逐步实现媒介间的有效整合，从媒体发展的全局视角下，促进传统媒体与新媒体的融合发展，以提升资源的共享性。

1.3 参与化的特点

传统媒体时代媒体时代，观众在观看广播电视节目时，往往缺乏有效的互动，因而是作为受众来接受信息的。而在新媒体时代，因信息传播方式的多样化，个人可以是信息的传播者，也可以是信息的受众，呈现出参与化的特点。受众和传播者的概念日渐模糊，受众与传播者的主动权呈现出多样化的特点。受到信息传播多样化的影响，个人参与新闻传播的案例越来越多，越来越多的人渴望能够成为信息传播者，以获取一定的舆论引导能力，由此导致传统的传播方式权威性日渐降低，县域广播电视扮演的角色，正逐渐由信息的传播者，向信息传播的桥梁转变。在此形势下县域广播电视宣传管理工作，应准确把握到这一变化，在信息传播过程中，关注人民群众的参与华特点，积极转变宣传工作凡是，创新传播方式，引导人民群众参与到信息传播过程中，以掌握舆论引导权。

2. 县域广播电视宣传管理工作面临的挑战

受到新媒体的冲击和影响，在现阶段，县域广播电视宣传管理工作面临着如下挑战：一是工作难度提升。县域广播电视宣传工作所的管理对象日渐增多，管理范围不断扩大，在管理工作上，传统的管理模式已经不适应新形势下的管理工作需要，导致现阶段的县域广播电视宣传管理工作难度增大，管理人员的工作量不断增加。二是收视率下滑。新媒体时代，人民接受信息的渠道不再局限于广播电视，而是越来越多的依赖于网络渠道，通过手机 APP 或网页等方式获取信息。由此导致越来越多的人们不再观看广播电视，广播电视节目的收视率自然不断下滑。三是管理难度增大。为了提高县域广播电视的收视率，扩大县域广播电视的影响力，越来越多的广播电视部门积极融合新媒体宣传南方是，在宣传内容上不断推陈出现，建立县域广播电视宣传部门的微信公众号或微博账号，以实现资源共享，在通过互联网电视、手机 APP 等方式，向观众推送形式多样，娱乐性较强的内容。但是与新媒体的融合，致使县域广播电视宣传部门在管理时，需要对宣传内容做更高的要求，由此导致管理工作难度增大。四是新媒体时代的到来，虽然给人们带去了生活和工作上的便利，但是也导致网络信息上良莠不齐，各种信息充斥，给县域广播电视宣传管理工作带去了巨大的监管压力。因此县域广播电视宣传部门应不断加大资金投入，更新监管设备和系统，提高提高广播电视宣传管理工作的现代化水平。

3. 新时期县域广播电视宣传管理的创新路径

3.1 监管机制的创新与转型

在监管机制的创新与转型工作上，首先县域广播宣传部门要加大资金投入，引进先进的监管设备，逐步建立起完善的监管系统，覆盖整个县域广播电视的所有内容，如县域广播电视的微博、微信平台，互联网电视、在线电视播出内容，对县域广播电视的所有内容能够进行有效监管和信息甄别，以发现宣传工作中的不足之处，以加以改进。广播电视机构要引进先进的技术手段，建立健全县域广播电视的监管机制。其次要制定完善的监管制度。以制度推动监管工作的规范化、合理化发展，监管制度主要是对人员与设备的管理，在对人员的管理上，要明确监管人员的职责，做到一人一岗，管理责任明确。在监管设备的管理上，要制定科学化、合理化的监管标准，提高对设备操作的合理性，推动监管机制的实效性发展。最后要提高监管工作中数据分析能力。针对信息日益增加，且识别难度增大的问题，要改进软件算法，提高监管工作的数据分析能力，有效甄别垃圾信息。

3.2 管理模式的创新与转型

面对广大观众日益多元化的审美情趣，县域广播电视宣传部门在管理模式上，应不断创新管理模式，以推动管理工作的转型。在增强县域广播电视播中监管的同时，应继续强化对播后监管工作。播后监管是容易被广播电视宣传管理部门忽视的一项工作，但播后监管工作却对县域广播电视工作发挥着重要的作用。在完善播后监管工作时，政府部门应积极落实监管职责，加强对县域广播电视宣传工作的监管。县域广播电视要积极与其他媒体合作，提高播后监管的工作水平。最后要主动接受广大人民群众的监督，引入人民监督机制，以群众的意见判断播出效果，不断推动县域广播电视工作宣传管理水平的提高。

3.3 引导激励机制的创新与转型

激励机制的目的在于发挥正面引导作用，因此县域广播电视宣传管理中的激励机制要嘉奖一些优秀的节目，引导舆论方向，如可以奖励宣扬符合社会主义价值观的创作的内容。还可以在县域广播电视内部，开展优秀节目的比赛活动，对一些优秀的节目进行嘉奖。

3.4 将社会监督与媒介批评的作用充分发挥出来

在推动县域广播电视创优管理的过程中，积极接受社会监督和媒介批评，是一种优化管理的有效措施。县域广播电视要主动接受社会监督，主要是接受人民群众的监督。宣传管理部门要开通群众投诉建议通道，考虑到越来越多的人喜欢通过网络表达自我想法，要开通网上投诉渠道，如可在县域广播电视网站开通投入建议板块，虚心接受人民群众的监督。为便于人民群众的监督，还可以就人民群众所关心的特点问题，提供快速投诉建议通道。其次要建立受众委员会，定期召开会议，通过听取委员会的意见，对播出节目进行改进。最后要主动接受媒介的监督和批评，媒介作为专业机构，具有较强的业务能力，能够发现县域广播电视节目中存在的问题，并提出更具针对性的改进意见。因此县域广播电视宣传部门要与媒介合作，鼓励媒介客观公正的对广播电视节目提出批评和建议。

结语

在现阶段虽然县域广播电视受到新媒体冲击，造成广播电视节目收视率下降的问题，但是借助新媒体技术，并推动新旧媒体的融合，以实现资源的整合，在管理工作后，落实以人为本的管理理念，创新激励措施，是能够有效推动县域广播电视宣传管理工作的创优管理，提高管理水平和质量。为县域广播电视宣传管理工作的长效发展奠定良好的基础，使县域广播电视宣传管理工作继续发挥舆论引导和信息宣传的作用。媒

参考文献

[1] 王春梅 . 新时期广播电视宣传管理的创新与转型 [J]. 新闻研究导刊，2015（13）.

[2] 刘春理 . 播出机构内部宣传管理的创新 [J]. 中国广播电视学刊，2015（13）.

[3] 高长力 . 关于广播电视宣传管理创新的思考 [J]. 中国广播电视学刊，2014（01）.

（作者单位：山西省孝义市广播电视台）